Limon
28/04/2019 - Mục khác

Quy luật của sự đơn giản trong thiết kế sản phẩm

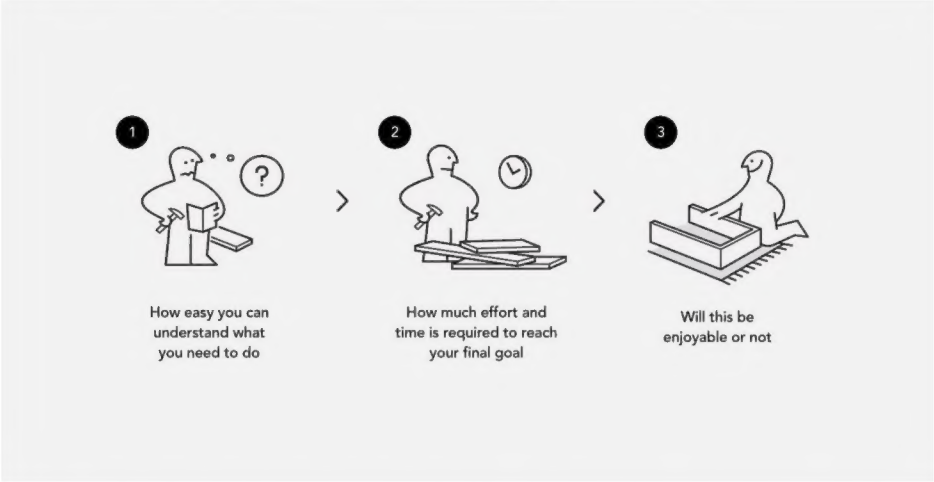
20 ví dụ đơn giản và dễ hiểu kèm hình minh họa về cách mà chúng ta đơn giản hóa một sản phẩm.

Ngày nay, hầu hết các công ty đều theo đuổi những cách thức nhằm tạo nên một sản phẩm vừa đơn giản vừa dễ sử dụng cho người dùng. Vừa nhiều tính năng, công nghệ mới, những khả năng mới lại phải vừa nhỏ gọn, đơn giản, đặc biệt là không gây khó khăn khi sử dụng. Nếu ai đã từng trải qua giai đoạn này, có một điều chắc chắn rằng: Thiết kế một sản phẩm "đơn giản" chưa bao giờ là một việc dễ dàng cả!

. . .

Vậy, thế nào mới được gọi là đơn giản?

Chúng ta có thể định nghĩa sự đơn giản như là một điều gì đó dễ hiểu hoặc dễ thực hiện và không bao gồm sự khó khăn trong đó. *Đơn giản* là một sự chủ quan, những điều mà một người trông thấy đơn giản nhưng chưa chắc người khác cũng cảm thấy thế. Nói chung, chúng ta hình thành những suy nghĩ cá nhân về tính đơn giản hay phức tạp của một quy trình thông qua ba bước sau:



Loại bỏ những khó khăn trong quá trình thực hiện để đi đến kết quả: Điều này sẽ giúp bạn hướng tới sự đơn giản. Trong cuốn *Định Luật Của Sự Đơn Giản* (***The Laws of Simplicity***), **John Maeda** đã trình bày mười quy luật của việc cân bằng tính đơn giản và phức tạp trong kinh doanh, công nghệ và thiết kế. Những chỉ dẫn về cách làm sao để "mong muốn ít đi và nhận lại nhiều hơn".

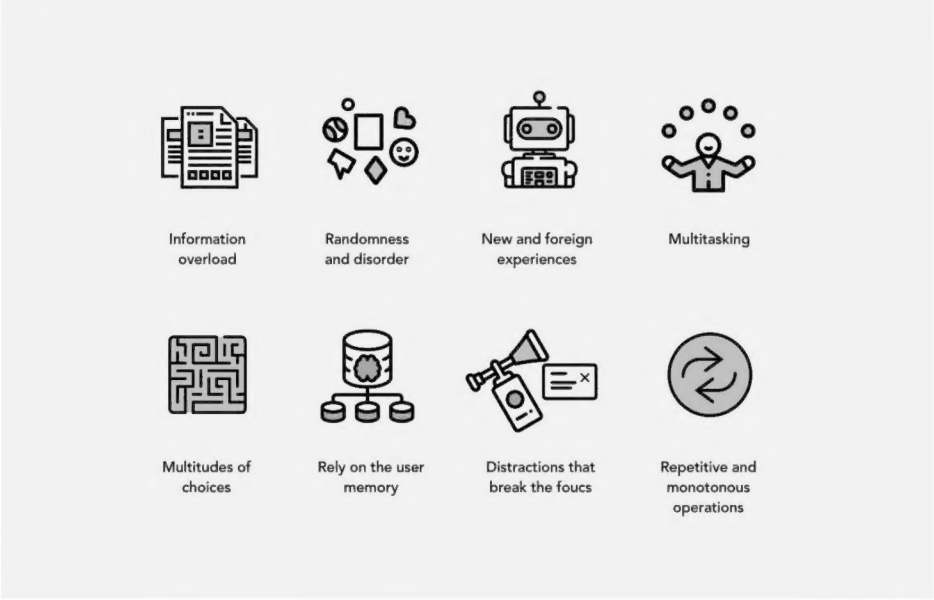
The Laws of Simplicity, John Maeda: http://lawsofsimplicity.com/

Maeda—một giáo sư tại học viện truyền thông của MIT và đồng thời ông cũng là một graphic designer nổi tiếng. Sự khám phá của ông đã giúp chúng ta trả lời được phần nào của câu hỏi: "*Làm sao để cải thiện, phát triển một sản phẩm mà không có nghĩa rằng chúng ta đang thêm vào nhiều hơn?*". Cuốn sách là một nguồn tư liệu tuyệt vời mà tôi thực sự muốn giới thiệu đến bạn.

. . .

Vậy còn sự phức tạp thì sao?

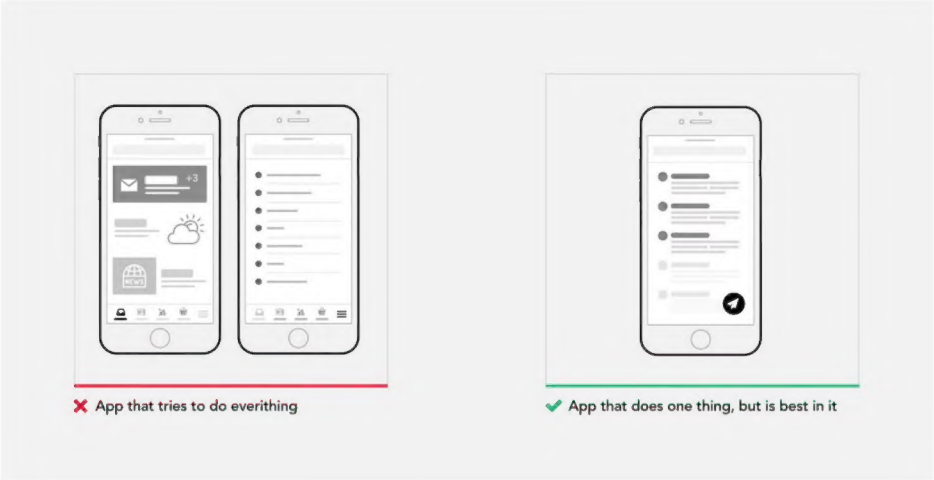
Nói về sự đơn giản, chúng ta cần nhắc đến khía cạnh đối lập của nó. Cũng giống như sự đơn giản, sự phức tạp của một vấn đề/quy trình được đón nhận theo cách chủ quan. Điều này có nghĩa, nếu bạn được huấn luyện bài bản, khoa học tên lửa cũng không hề khó đến vậy. Nhưng có một vài yếu tố thường có khả năng làm phức tạp hóa kể cả một vấn đề đơn giản nhất. Đó chính xác là những điều mà chúng ta nên tránh gặp phải trong quá trình thiết kế sản phẩm.



Giờ là phần quan trọng nhất đây, làm sao để chúng ta áp dụng những quy luật của sự đơn giản vào việc thiết kế sản phẩm?

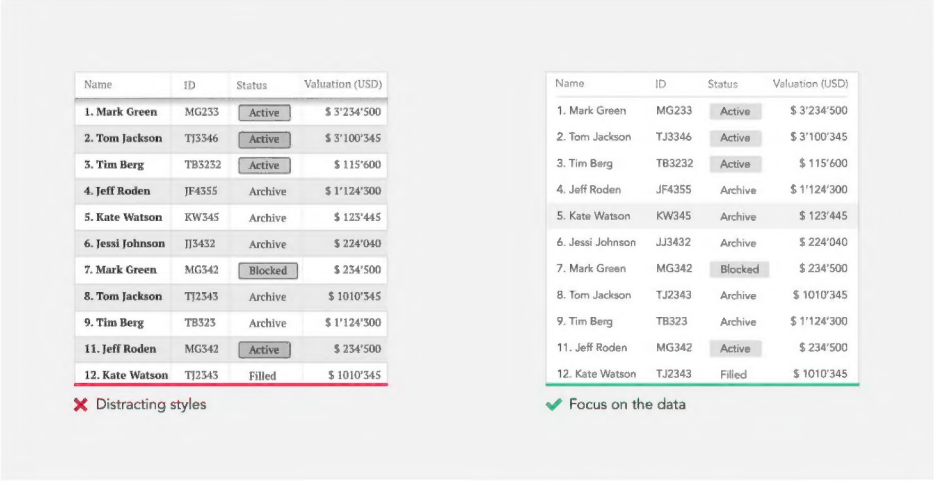
1. Xây dựng sản phẩm tập trung vào giá trị cốt lõi của nó

Có rất nhiều phần mềm, ứng dụng luôn cố gắng để làm được nhiều thứ cùng lúc cho rất nhiều các tập người dùng khác nhau. Tất cả mọi người đều cố gắng để có thể trở thành một con dao Thụy Sĩ trong ngành công nghiệp. Nếu bạn muốn sản phẩm của mình trở nên đơn giản, bạn cần phải xác định rõ giá trị cốt lõi và ai mới thực sự là người sử dụng sản phẩm này. Không phải tất cả sản phẩm đều nên có những đặc tính như Facebook.



2. Loại bỏ những điều không cần thiết

Cách đơn giản nhất để đạt được sự đơn giản chính là loại bỏ một cách có chủ đích. Các thông tin thứ cấp, những chức năng không thường xuyên được sử dụng, hay phong cách thiết kế gây mất tập trung. Nó đơn giản vậy đó. Một khi bạn bắt đầu áp dụng nguyên lý này bạn sẽ ngay lập tức thấy được kết quả, nhưng hãy cẩn thận với điều mà bạn chuẩn bị loại bỏ.



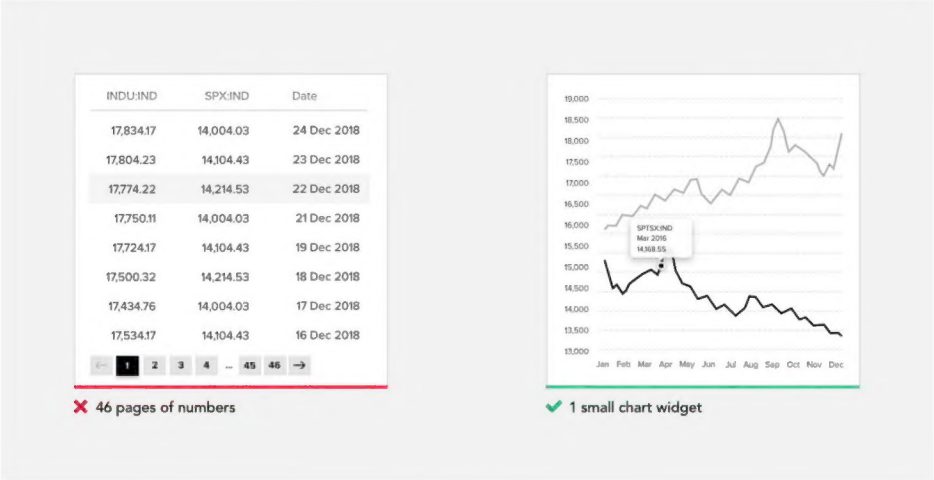
> "Đơn giản không phải là có trật tự và ngăn nắp, mà tính trật tự, ngăn nắp là kết quả của sự đơn giản. Sự đơn giản về cơ bản là việc mô tả mục đích và vị trí của một đối tượng và sản phẩm. Một sản phẩm không thể được coi là sản phẩm đơn giản nếu nó chỉ có sự gọn gàng, ngăn nắp".
>
> *Jonathan Ive*

. . .

3. Chuyển đổi những dữ liệu phức tạp sang một format mang ý nghĩa hơn.

Phần lớn sản phẩm chúng ta thiết kế hàng ngày đều tập trung vào một lượng khổng lồ các dữ liệu mà người dùng cần để thực hiện hiệu quả các công việc trong ngày của họ. Khi bạn biết người dùng mong muốn tìm hiểu trào lưu và những thay đổi mới, hãy giúp họ hiển thị một cách trực quan điều đó thay vì cả đống con số, bảng biểu phức tạp.

Bạn luôn có thể trình bày các dữ liệu bổ sung khi được yêu cầu. Cố gắng trích xuất các thông tin mang ý nghĩa từ những dữ liệu mà bạn có và đưa chúng tới ngay trước mắt người dùng.

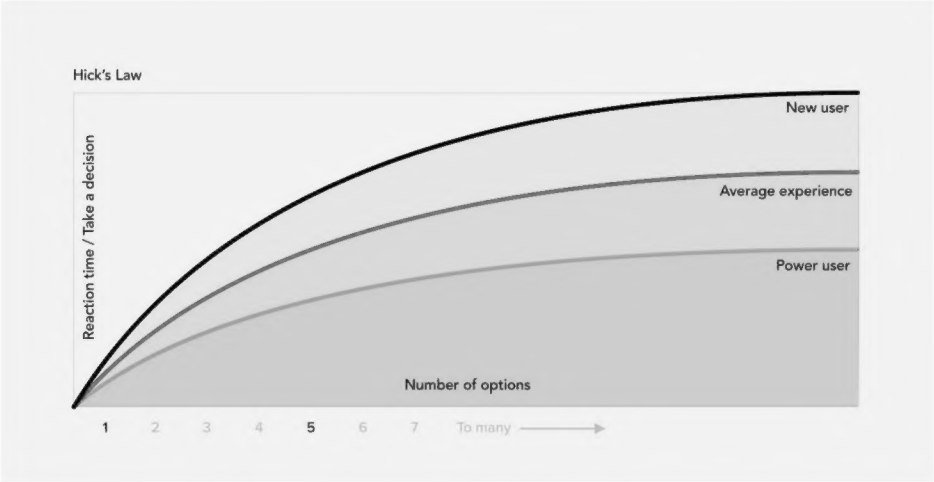


. . .

4. Giúp việc đưa ra quyết định nhanh chóng hơn

Khi người dùng bị áp đảo bởi các lựa chọn xung quanh, họ sẽ phải mất nhiều thời gian hơn để phân tích và ra quyết định, khiến họ phải thực hiện một công đoạn mà họ không hề mong muốn. Điều này đã được phân tích qua định luật Hick Law nổi tiếng.

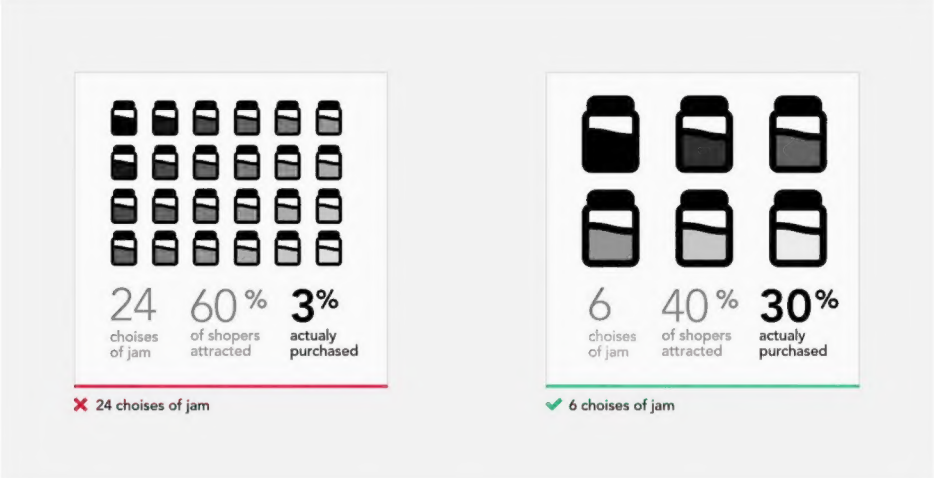
người dùng của sản phẩm trở nên đơn giản, bạn cần phải hỗ trợ việc đưa ra quyết định một cách nhanh chóng nhất có thể. Hạn chế các lựa chọn không cần thiết đồng thời hướng dẫn người dùng thông qua các bước giúp họ đưa ra quyết định hiệu quả hơn.



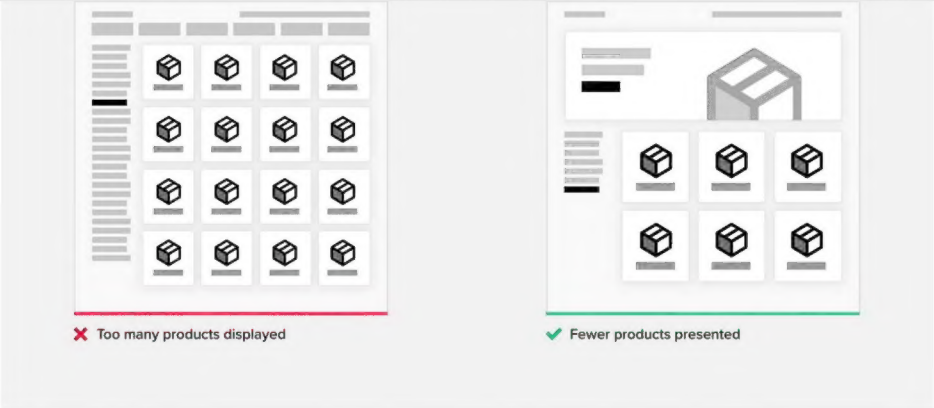
. . .

5. Quá nhiều lựa chọn sẽ khiến người dùng hoảng sợ

Những nghiên cứu tâm lý gần đây khẳng định về những tác động tích cực và động lực của sự lựa chọn cá nhân. Các phát hiện này đã dẫn đến một quan niệm phổ biến rằng càng nhiều sự lựa chọn thì càng tốt—rằng khả năng cũng như những mong muốn của con người đối với việc lựa chọn là không giới hạn. Nhưng trên thực tế, nghiên cứu lại chứng minh điều ngược lại.



Một thử nghiệm mang tên Jam Experiment là một trong số những thử nghiệm nổi tiếng nhất khi đề cập đến tâm lý tiêu dùng. Thử nghiệm này chỉ ra rằng: Đưa ra ít sự lựa chọn hơn cho người dùng sẽ làm tăng doanh số bán hàng của bạn.

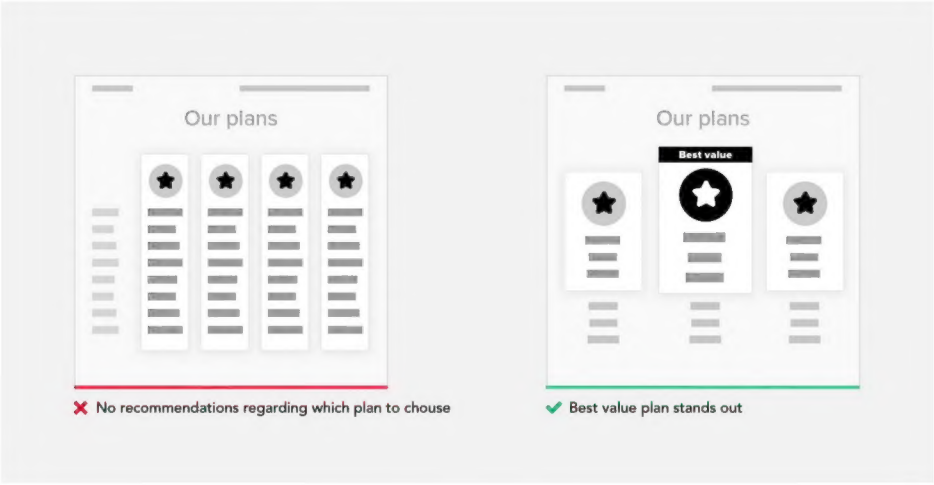


Thử nghiệm này dường như chứng tỏ rằng khách hàng có ít sự lựa chọn sẽ có khả năng mua cao hơn gấp 10 lần so với những người có nhiều lựa chọn hơn được hiển thị. Một ví dụ quan trọng về sự quá tải trong lựa chọn—khi khách hàng có quá nhiều sự lựa chọn, điều này thực tế sẽ gây ức chế quá trình mua hàng của họ.

. . .

6. Cung cấp gợi ý khi có quá nhiều lựa chọn

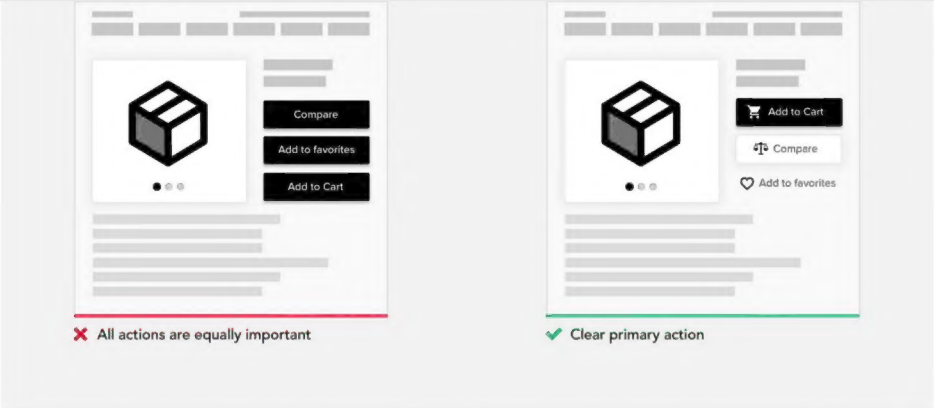
Khi mà đưa ra nhiều lựa chọn là việc không thể tránh khỏi, hãy cố gắng giới hạn chúng lại. Cung cấp các gợi ý hoặc đưa ra thống kê về các lựa chọn phổ biến nhất cho người dùng. Hãy truyền đạt một cách rõ ràng tới họ về sự khác nhau mấu chốt giữa các lựa chọn. Phương pháp tiếp cận này thường hay được sử dụng trong trang định giá gói bán.



. . .

7. Thu hút sự chú ý của người dùng vào một vùng nhất định

Khi bạn đã có đủ sự hiểu biết về hành trình của người dùng để thực hiện thành công một tác vụ. Và ở mỗi phần của cuộc hành trình đó là những điều có liên quan đặc biệt đến kết quả và chúng sẽ giúp bạn tiến tới mục tiêu cuối cùng. Hãy tìm ra những vùng quan trọng đó và thu hút sự chú ý người người dùng tới chúng.

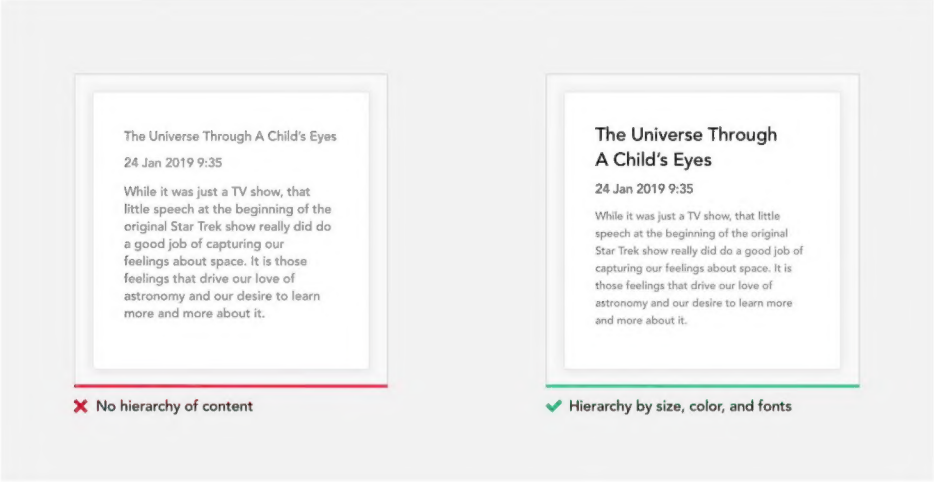


. . .

8. Sử dụng màu sắc và typography để thể hiện phân cấp nội dung trên trang

Đã bao nhiêu lần bạn nghe thấy rằng: "*Người dùng không đọc mà họ scan thông tin*". Và đây chính là thực tế, chúng ta có xu hướng chọn lọc rất cao về những gì mà chúng ta thực sự nhớ và am hiểu. Nếu bạn đã từng click vào nút "*Tôi đã đọc và đồng ý với các điều khoản trên*" mà không cần xem xét trong đống điều khoản đó có những gì thì bạn hiểu ý tôi rồi đấy.

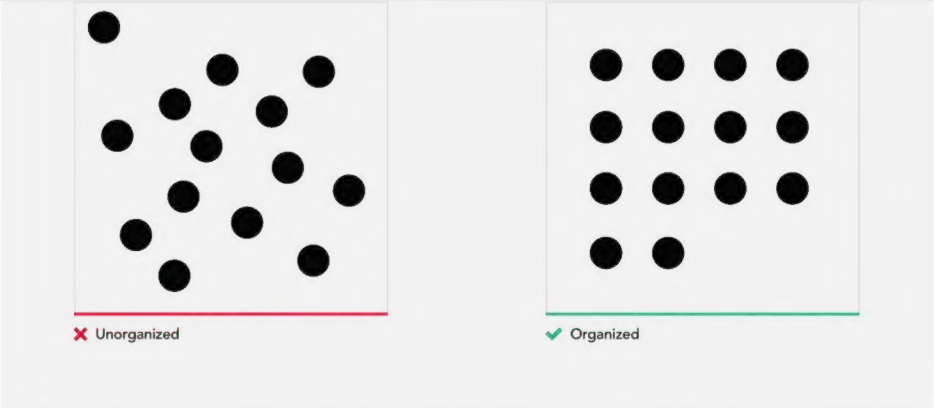
Có rất nhiều đặc tính chi phối việc chúng ta truyền tải nội dung bao gồm: **typeface & font, kích cỡ chữ, khoảng cách giữa các con chữ/các dòng, chữ viết hoa, và màu sắ**c. Hãy sử dụng chúng để thể hiện phân cấp nội dung trên trang của bạn. Bằng việc áp dụng hiệu quả màu sắc và typography, bạn không những có thể truyền tải được branding của sản phẩm mà còn khiến nó trở nên dễ dàng nhận diện hơn, thu hút và đáng nhớ hơn.



. . .

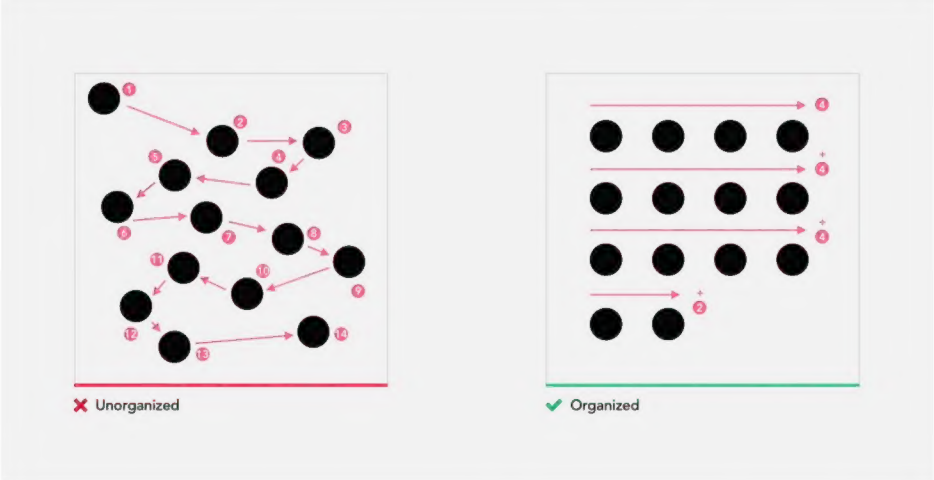
9. Sắp xếp, tổ chức tốt giúp hệ thống cổng kênh trông linh hoạt và dễ dàng kiểm soát hơn.

Hãy thử làm một bài kiểm tra đơn giản. Chúng ta có hai hình minh họa phía dưới. Hãy bấm thời gian và đo xem bạn sẽ mất bao lâu để đếm được hết số chấm đen trong từng hình một và so sánh kết quả.



Khi hoàn thành xong, bạn sẽ thấy rằng việc đếm số chấm đen ở hình mà không được sắp xếp theo thứ tự sẽ mất nhiều thời gian hơn so với hình còn lại. Thêm vào đó, việc đếm số chấm đen không theo thứ tự sẽ làm tăng *gánh nặng nhận thức ngắn hạn* (cognitive load) của bạn—điều hiển nhiên sẽ làm chậm quá trình đếm của bạn. Tại sao lại thế? Khi rõ ràng số lượng chấm đen ở hai hình là bằng nhau mà?

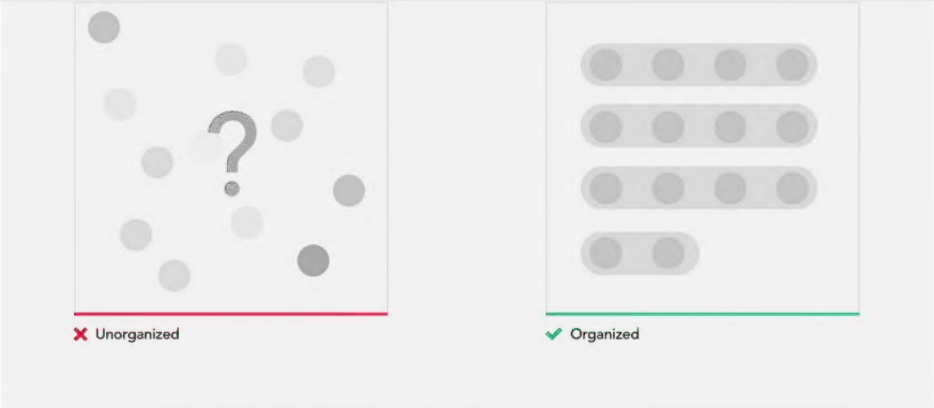
Thiết lập các chấm trên một ma trận cụ thể giúp chúng ta nhìn nhận chúng trực quan hơn và có khả năng nhóm chúng lại với nhau khi đếm. Ngược lại, trên một cấu trúc lộn xộn, chúng ta phải đi qua từng chấm một, và đếm chúng một cách riêng lẻ. Thêm vào đó, hầu hết mọi người rất có thể sẽ đếm sai khi họ bắt buộc phải kiểm tra lại kết quả lần thứ hai đối với hình bên trái.



Sắp xếp và tổ chức các thành phần không chỉ làm tăng sự nhận diện mà còn khiến chúng dễ dàng trong việc ghi nhớ hơn. Khi vận hành bất kỳ máy móc nào, điều đặc biệt quan trọng là bạn phải nhớ vị trí cũng như chức năng của tất cả các công tắc điều khiển.

Giờ hãy cùng nhau làm một bài kiểm tra nho nhỏ nữa nhé:

Một phút trước bạn đang đếm số chấm ở hai hình phía trên, giờ hãy thử nhớ lại vị trí của từng chấm trong hai hình đó xem sao nhé.
Đối với đa số người thử thực hiện, việc nhớ lại một cấu trúc không có tổ chức là gần như bất khả thi.



10. Nhóm những nội dung có liên quan với nhau

Một cách dễ dàng để đơn giản hóa các thông tin phức tạp là bắt đầu nhóm những thành phần có liên quan lại với nhau. Khi đó, người dùng sẽ phân tích thông tin thành từng nhóm nhỏ, hơn là hàng đống phần tử không hề có sự liên quan.

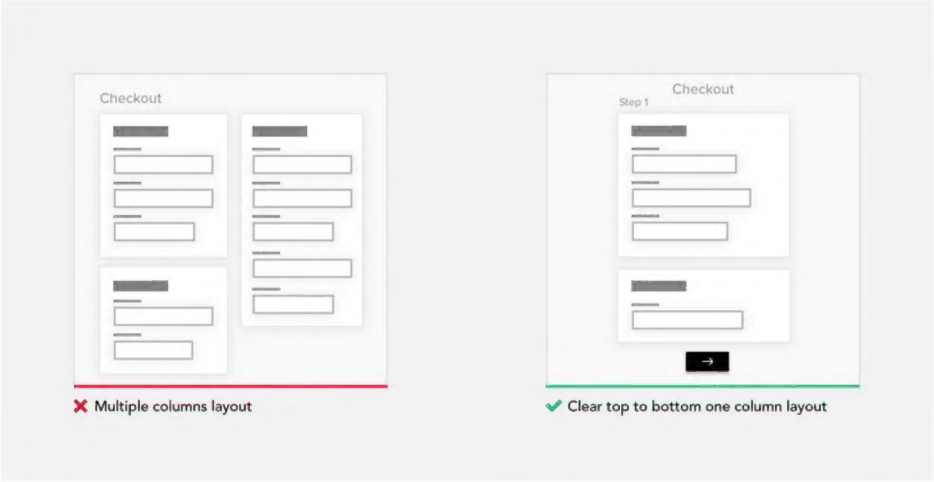
Việc thêm vào các khung (tạo ra những vùng sử dụng chung) bao quanh một yếu tố hoặc một nhóm các yếu tố để có thể dễ dàng tạo ra sự tách biệt so với những thành phần khác xung quanh chúng. Có rất nhiều các nguyên tắc để nhóm các phần tử lại với nhau dựa trên hiệu ứng tâm lý Gestalt. Điều này làm cho các phần tử trông có cảm giác gần nhau và trở nên liên kết hơn.

11. Chia các tác vụ lớn thành những phần nhỏ hơn, sử dụng bố cục một cột

Bảng biểu thường được thể hiện theo rất nhiều cách khác nhau trong bất cứ sản phẩm nào. Nó là một cách để ghi lại những thông tin của người dùng. Thậm chí khi chúng ta đã loại bỏ tất cả những điều không cần thiết mà lượng thông tin vẫn trông thật đồ sộ. Những bảng biểu như vậy luôn khiến chúng ta bị mất đi động lực để hoàn thành mục tiêu. Do đó, chúng ta cần phải chia các tác vụ lớn thành series những tác vụ nhỏ hơn.

endorphin trong cơ thể và tạo ra cảm giác thỏa mãn để giúp người dùng có thể tiếp tục hướng tới mục tiêu.

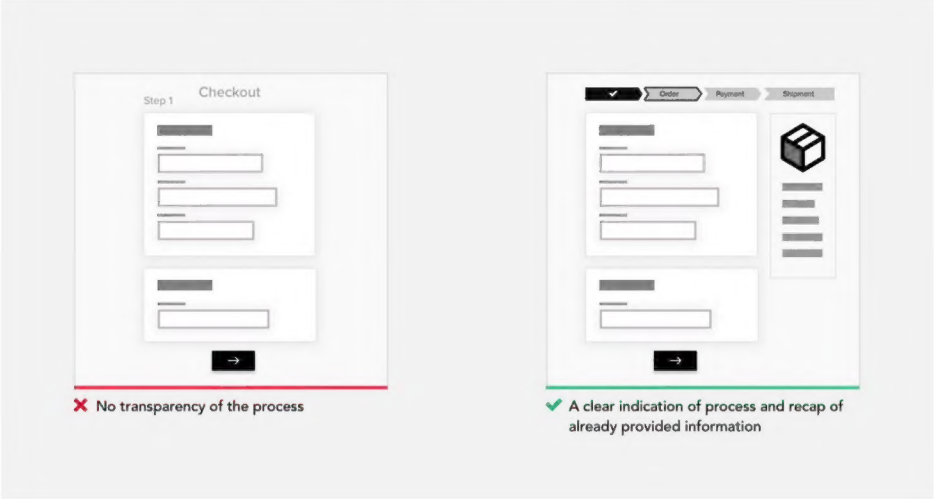
Khi thiết kế bảng biểu, hãy sử dụng bố cục một cột thay vì chia chúng thành nhiều cột khác nhau. Việc điền thông tin trên bố cục này sẽ đơn giản hơn nhiều. Bằng cách đó, người dùng sẽ không cần phải nghĩ xem nên điền vào đâu tiếp theo, họ chỉ cần đơn giản thực hiện theo thứ tự từ trên xuống dưới.



12. Truyền đạt quá trình và trạng thái của hệ thống một cách minh bạch

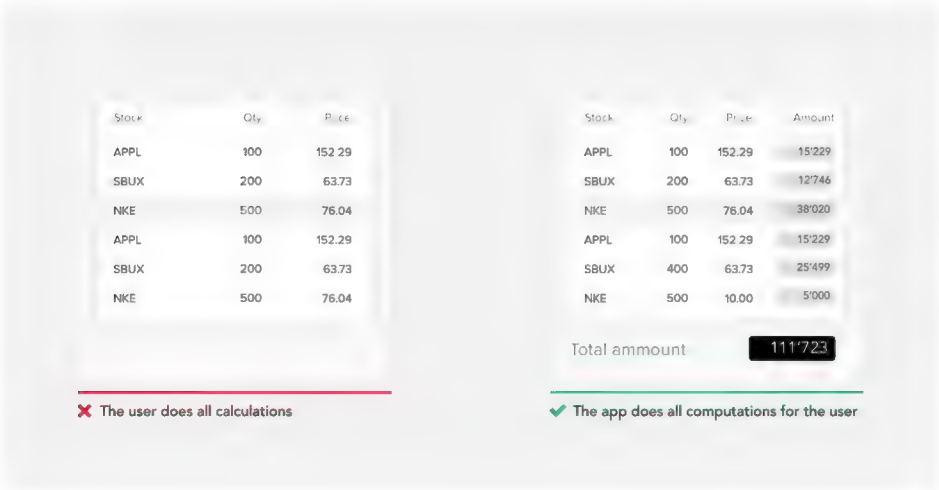
Những gì không chắc chắn khiến chúng ta cảm thấy lo lắng, hãy cố gắng tránh khỏi điều này. Đó là lý do tại sao dù trong bất cứ thời điểm nào, trừ khi nó là một điều hiển nhiên, người dùng cần phải biết được họ đang ở đâu trên trang, họ tới trang này từ đâu và điều gì sẽ xảy ra tiếp theo.

Chỉ cho họ thấy những điều đó bằng một bản tóm tắt ngắn gọn cũng là một ý tưởng không tồi, nó giúp giảm tải cho bộ nhớ của người dùng và loại bỏ phần lớn khả năng họ phải quay lại để kiểm tra các bước trước đó.



13. Làm phép tính toán, đo đạc giúp người dùng

với khả năng số học. Chính vì vậy, hãy cố gắng tận dụng hệ thống và thực hiện tất cả các phép toán có liên quan thay cho người dùng của bạn.



14. Che giấu sự phức tạp bằng tiết lộ lũy tiến

Tiết lộ lũy tiến (Progressive disclosure) là một mô hình thiết kế sử dụng trong thiết kế UX giúp người dùng dễ hiểu hơn về giao diện. Nó bao gồm việc sắp xếp thông tin và hành động trên một số màn hình để không làm choáng ngợp người dùng bởi lượng thông tin của nó hoặc làm ẩn đi các thông tin không liên quan cho tới khi nó có sự liên quan đến các tác vụ nhất định của người dùng.

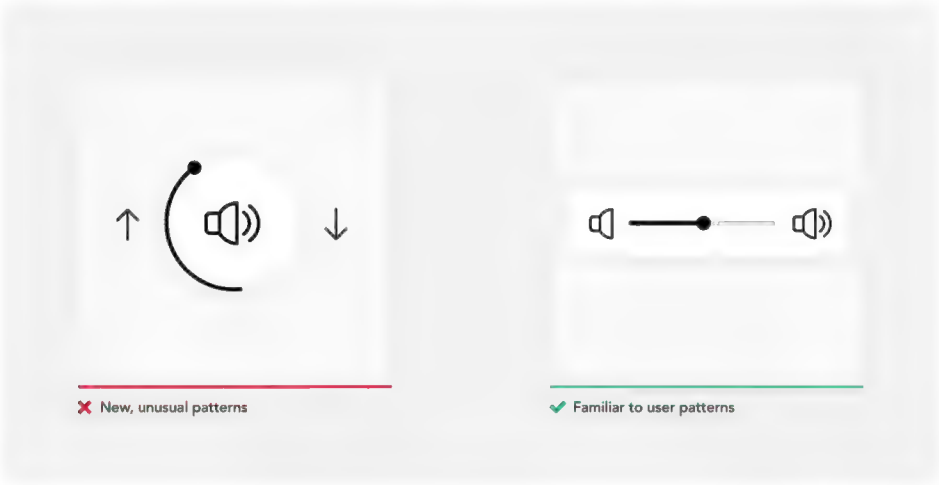
Tiết lộ lũy tiến tuân theo khái niệm điển hình của việc chuyển từ "trừu tượng sang cụ thể", bao gồm trình tự các hành vi hoặc tương tác của người dùng. Ví dụ điển hình của tiết lộ lũy tiến là nút điều hướng dạng lồng nhau trên iOS.

15. Sử dụng các mô hình thiết kế và tương tác tiêu chuẩn

Người dùng dành phần lớn thời gian của họ trên nhiều sản phẩm khác nhau. Điều này có nghĩa là họ thường muốn trang của bạn sẽ hoạt động tương tự giống như các trang khác mà họ đã biết. Từ đó họ đưa ra những kỳ vọng cụ thể về giao diện cũng như cách hoạt động trên trang của bạn. Tuyên bố này đúng

tiêu dùng.

Điều này không có nghĩa là bạn nên ngừng sáng tạo và đổi mới. Hãy đánh giá xem liệu có nên thực hiện một sự thay đổi từ các phương pháp thiết kế điều hướng truyền thống hay không, sau đó đưa ra quyết định điều chỉnh mô hình hiện tại cho phù hợp hơn nhằm thay đổi suy nghĩ của người dùng.



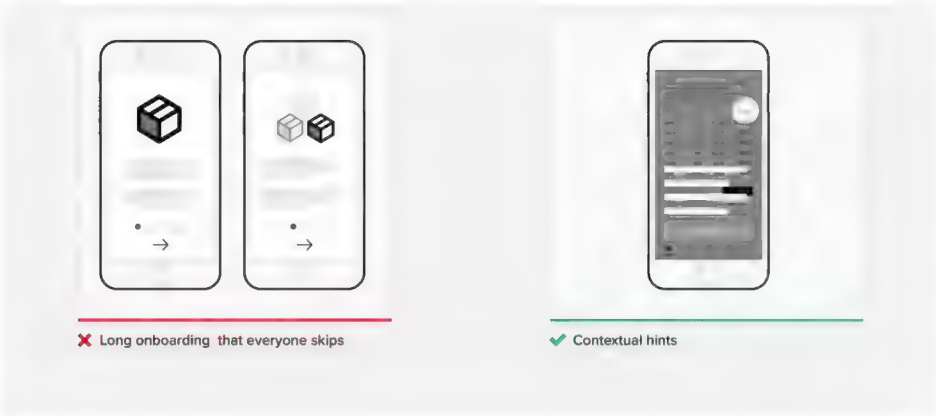
16. Thiết kế một trải nghiệm hợp lý ngay từ lần đầu tiên

Mục đích cuối cùng của bất kỳ thiết kế nào là kết nối người dùng với giá trị mà sản phẩm cung cấp nhanh nhất có thể. Hãy suy nghĩ về điều này trong giây lát. Chính vì vậy, bất kỳ điều gì nằm giữa người dùng và giá trị của sản phẩm là một trở ngại trừ khi nó phục vụ nhu cầu về mặt chức năng.

Tôi muốn nhấn mạnh lại rằng, trải nghiệm lần đầu là cực kỳ quan trọng cho bất kỳ quá trình nào, chúng ta thường có xu hướng đánh giá, nhận định về một sản phẩm chỉ trong tích tắc và bỏ đi ngay lập tức nếu chúng ta không cảm thấy thỏa mãn với nó. Chính vì vậy, đừng bỏ qua việc thiết kế trải nghiệm lần đầu cho người dùng của bạn.

Kể cả những nhiệm vụ đơn giản nhất cũng trở thành thử thách trong lần đầu. Đôi khi, chúng ta còn cần phải được hướng dẫn trước khi sử dụng một sản phẩm. Trong thiết kế kỹ thuật số, tôi gợi ý rằng chúng ta nên bỏ qua cách tiếp cận thủ công, người dùng kỳ vọng về một sản phẩm ***đủ đơn giản để hiểu*** và họ không muốn lúc nào cũng phải nhờ đến sự giúp đỡ từ phía nhân viên hỗ trợ.

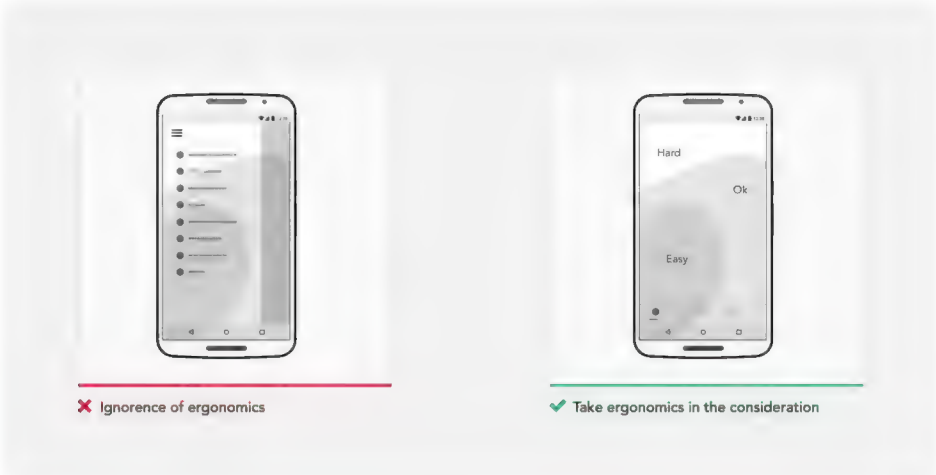
Đưa cho người dùng của bạn những hướng dẫn bao gồm ngữ cảnh thay vì làm họ choáng ngợp bởi cả đống tài liệu học thuật và đừng quên việc thiết kế cho cả những vùng mặc định nữa.



17. Cân nhắc về các hoàn cảnh khi sử dụng sản phẩm

Công thái học—được hiểu là ***một quá trình thiết kế và sắp xếp nơi làm việc, các sản phẩm hay hệ thống từ đó chúng ta có thể giúp nó phù hợp hơn với người sử dụng***. Hầu hết mọi người đều nghĩ về việc mà người ta làm với ghế ngồi hoặc những thiết kế điều khiển của ô tô hay các nhạc cụ. Chính xác là vậy, nhưng chỉ nhiêu đó thôi là chưa đủ. *Công thái học* áp dụng vào bất cứ thiết kế nào có liên quan đến con người, bao gồm cả các sản phẩm điện tử.

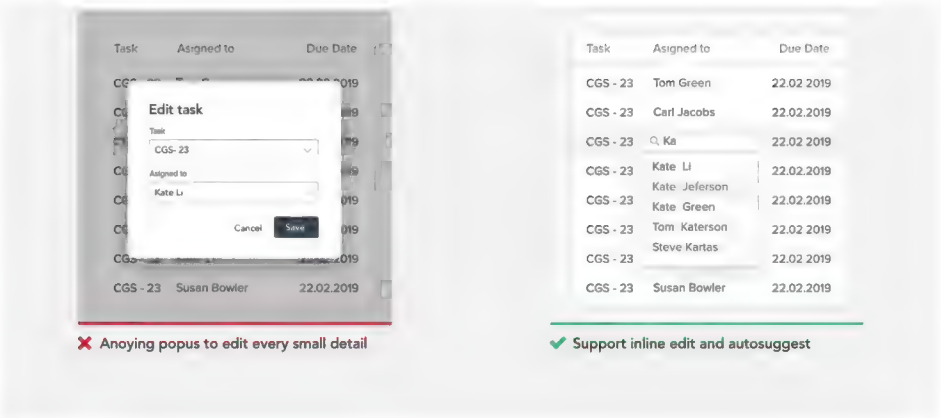
Vào năm 1954, nhà tâm lý học Paul Fitts, đã thực hiện kiểm nghiệm các động cơ thực hiện của con người, nghiên cứu chỉ ra rằng: Thời gian cần thiết để di chuyển một mục tiêu phụ thuộc vào khoảng cách tới nó và tương quan tỉ lệ nghịch với kích thước của nó. Do vậy, thông thường hãy sử dụng các yếu tố với kích thước lớn và đặt chúng gần sát với người dùng.



18. Hỗ trợ chỉnh sửa nội tuyến và tự động gợi ý các giá trị

Xóa bỏ tất cả những tương tác, các bước không cần thiết trong mọi quy trình. Có một điểm tốc độ tối ưu mà tại đó người dùng nên sử dụng hệ thống, được gọi là một "state of the flow". Đừng phá vỡ dòng chảy đó với các popups.

Đối với tất cả các hành động/giá trị mà có thể thay đổi sau này, hãy hỗ trợ chỉnh sửa nội tuyến nhiều nhất có thể. Cuối cùng, tự động đề xuất các giá trị khi có sẵn một lượng lớn dữ liệu tránh việc người dùng phải nhập hết cả đoạn giá trị.



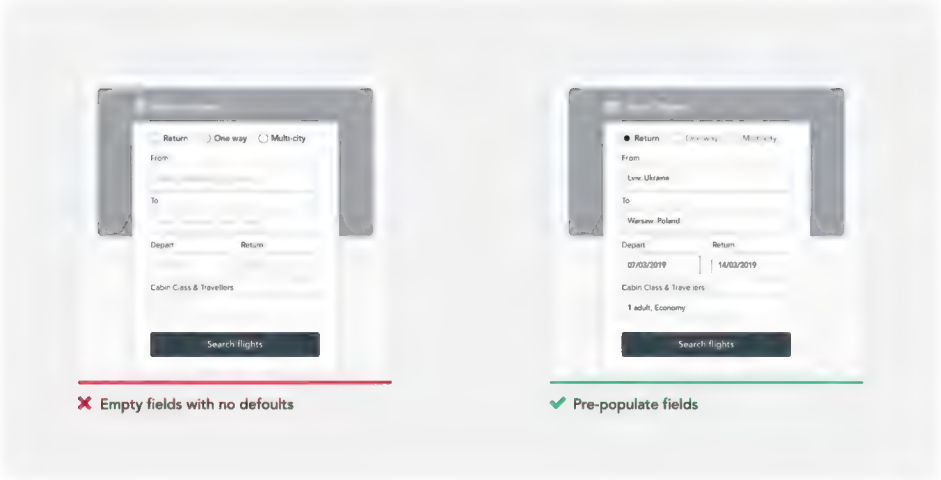
. . .

19. Sử dụng các trường mặc định thông minh

Các trường mặc định thông minh là các lựa chọn được đưa ra để cung cấp câu trả lời cho các câu hỏi của bạn. Điều này giúp người dùng hoàn thành biểu mẫu nhanh chóng hơn. Việc điền vào các biểu mẫu đòi hỏi người dùng phải phân tích chúng, hình dung các phản hồi và sau đó điền câu trả lời của họ vào biểu mẫu.

Xác định các mặc định có sự liên quan tới câu hỏi, những nhà thiết kế phải hiểu người dùng của họ và bối cảnh mà họ sẽ sử dụng sản phẩm. Điều này chỉ khả thi khi thực hiện nghiên cứu và thử nghiệm sâu, nhằm tìm hiểu về người dùng và điều chỉnh các mặc định dựa trên dữ liệu lịch sử của người dùng và mô hình sử dụng của họ.

Luôn luôn đặt mặc định cho phương án mà phần lớn người dùng lựa chọn (90-95% số người dùng) nếu các lựa chọn đó là bắt buộc.

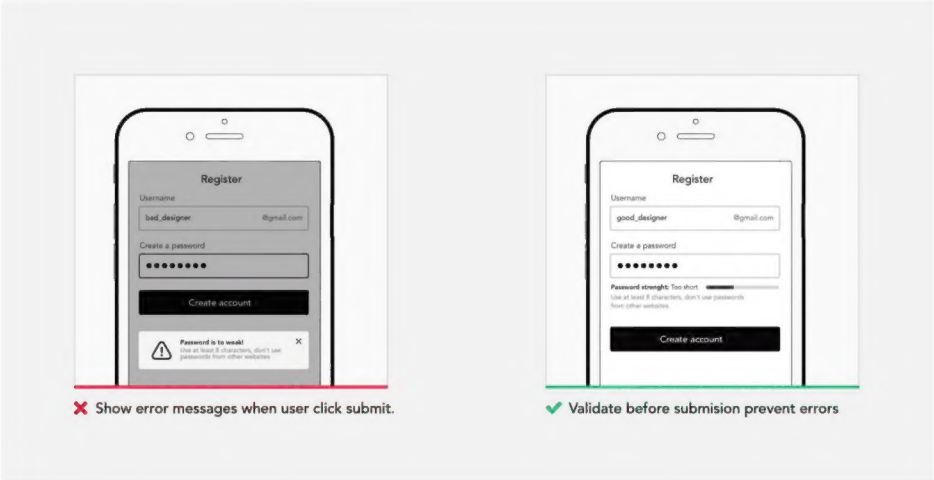


. . .

20. Ngăn ngừa các lỗi có thể xảy ra

Thông báo lỗi thường mang lại rất nhiều căng thẳng và đem lại cho người dùng cảm giác rằng họ đã làm sai một điều gì đó. Hãy đảm bảo rằng bạn có một hệ thống để tự động hóa việc kiểm tra những dữ liệu được nhập vào và cung cấp các cảnh báo hoặc ghi chú trong trường hợp đó để giảm thiểu lỗi.

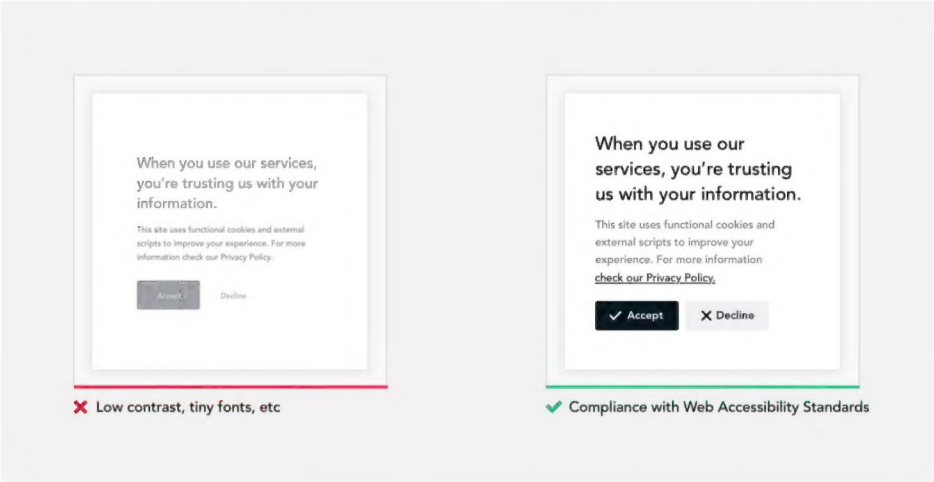
hành động. Các hành động mang tính phá hủy hoặc không có khả năng phục hồi nên được bảo vệ với chức năng buộc người dùng phải ý thức được các tác động mà sự lựa chọn của họ có thể gây ra.



21. Thiết kế cho khả năng tiếp cận

Là một nhà thiết kế, mục tiêu của bạn là **đạt được khả năng tiếp cận của sản phẩm**. Hãy đảm bảo rằng kể cả tập đối tượng rộng hơn cũng có thể tiếp cận được sản phẩm của bạn. Có hơn 1 tỷ người trên thế giới bị khuyết tật. ***Đừng chỉ sử dụng màu sắc như là phương tiện truyền tải thông tin trực quan duy nhất của bạn***. Đảm bảo rằng luôn có đủ độ tương phản giữa văn bản và nền của nó, hỗ trợ điều hướng bàn phím,...

Khả năng tiếp cận không nên chỉ giới hạn đối với một nhóm người dùng cùng các khả năng khác nhau, khi bạn thiết kế khả năng tiếp cận bạn đồng thời cũng cải thiện trải nghiệm của tất cả mọi người sử dụng sản phẩm đó.



Kết luận

Thiết kế đơn giản để sử dụng và để hiểu sản phẩm không hề dễ dàng, nhưng đó chính là con đường mà bạn nên đi, và luôn có những cách nhanh chóng giúp bạn thành công trên con đường đó.

CHỦ ĐỀ LIÊN QUAN:

- Hướng dẫn nghiên cứu và xây dựng Design System (Phần 2)
- Đâu là con đường lý tưởng để trở thành một nhà thiết kế sản phẩm?
- 5 xu hướng sẽ ảnh hưởng lớn đến thiết kế UX trong năm 2019

complexity | product design | Simplicity | simplify product | ux design

Hình trong bài (27)

Chia sẻ trên:

Bài tiếp theo:

GRAPHIC DESIGN

Deladuz - Thương hiệu rượu Tequila tại Mexico mang phong cách Apothecary

Limon
Writer

Seize the present, trust tomorrow even as little as you may.

/viết một tay/ Những lầm tưởng về kỳ vọng của người dùng trong thiết kế trải nghiệm

/viết một tay/ 3 bước để thiết kế một trải nghiệm tuyệt vời hơn cho bất kì ai

MỤC KHÁC

Nền tảng của thiết kế sản phẩm: Thiết kế tập trung vào con người

9 phút để đọc

GRAPHIC DESIGN

Nguồn cảm hứng Gradient cho dự án thiết kế tiếp theo của bạn

5 phút để đọc

BÀI LIÊN QUAN

ART AND ADS

Mẫu hộ chiếu mới của Na Uy in hình phong cảnh đổi màu từ ngày sang đêm

3 phút để đọc

GRAPHIC DESIGN

5 yếu tố làm nên tính khả dụng (Usability)

5 phút để đọc

ART AND ADS

'couch-19' - Chiếc ghế sofa chứa đầy những chiếc khẩu trang đã qua sử dụng để kêu gọi sự chú ý đến tác động ô nhiễm môi...

GRAPHIC DESIGN

Empathy là gì và tại sao một sản phẩm lại cần nó đến thế?

iDesign

111A Lý Chính Thắng, Phường 7, Quận 3, TP. Hồ Chí Minh
©2018 - Bản quyền bởi iDesign.vn

hello@idesign.vn

Newsletter

Nhận thông tin mới nhất từ iDesign

Subscribe